

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: A. Meyer
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 5. Juli 1952 - 52. Jahrgang - Nr. 27

Gebote der Zeit

Aus dem Referat von Direktor O. Zellweger, Vizepräsident der Verbandsdirektion, zu Jahresbericht und Jahresrechnung an der 63. Delegiertenversammlung des V.S.K.

Wenn auch die Konsumgenossenschaften in den meisten Fällen sich günstig entwickelt haben, müssen wir doch bedenken, dass wir am Gesamtbedarf der schweizerischen Bevölkerung gemessen, nur einen verhältnismässig kleinen Teil decken und dass der weitaus grössere Teil durch den Privathandel besorgt wird. Die Konsumgenossenschaft geht indessen in ihrer Bedeutung weit über ihren eigentlichen kommerziellen Rahmen hinaus und erfüllt in ihrem wirtschaftlichen und sozialen Bestreben eine Aufgabe, die unserem genossenschaftlichen Handel ein höheres ethisches Niveau verleiht. Die Konsumgenossenschaften sind gewollte Organisationen der genossenschaftlich denkenden Konsumenten; sie können auch die Mitglieder nicht nur mit Waren beliefern, die lediglich im rein finanziellen Geschäftsinteresse liegen, sondern haben die Aufgabe, den Mitgliedern weitgehend die gesamte Bedarfsdeckung zu ermöglichen.

Wir dürfen auch nicht verkennen, dass die Konsumgenossenschaften demokratisch aufgebaut sind, dass sie im Volke wurzeln und dass die Grundsätze der Selbstverwaltung, des Mitspracherechtes und der Mitverantwortung der Mitglieder massgebend sind. Hieraus ergibt sich allerdings, dass mancherorts der Verwaltungsapparat etwas schwerfälliger ist als in einem Betriebe, wo die Leitung zentralistisch oder diktatorisch ausgeübt wird. Das will aber nicht sagen, dass eine Genossenschaft nicht ebenso wendig und konkurrenzfähig geleitet werden könne als ein Privatunternehmen. Dies hängt ab von der Verwaltungsorganisation, von einer richtigen und zweckmässigen Kompetenzverteilung zwischen den behördlichen Organen und ganz besonders von der Fähigkeit und der Initiative der Personen, denen die Leitung anvertraut ist. Wir wissen auch, dass die Gesetze der Wirtschaft und der Technik für die Genossenschaften in gleicher Weise massgebend sind wie für die nichtgenossenschaftlichen Unternehmen, die in der gleichen Branche tätig sind.

Wenn wir uns die Frage stellen, sind die Konsumgenossenschaften heute noch in der Lage, die ihnen zugedachte Aufgabe zu erfüllen, so dürfen wir mit einem überzeugten «Ja» antworten. Die genossenschaftlichen Grundsätze, die unsere Bewegung gross gemacht haben, haben nach wie vor ihre absolute Berechtigung. Sie bestimmen die moralische und materielle Grundlage für unsere künftige Arbeit. Im Flusse der Dinge haben wir aber darauf zu achten, die Organisation in Verband und Vereinen jeweilen den veränderten und verbesserten betriebswirtschaftlichen Verhältnissen anzupassen und durch Ausnützung aller Vorteile, die sich den Vereinen aus dem Zusammenschluss im V.S.K. bieten, den Konsumenten die Dienste zu leisten, die sie zu erwarten berechtigt sind.

Unbedingtes Erfordernis ist eine gesunde finanzielle Grundlage, denn nur eine gesicherte materielle Basis wird auf die Dauer ermöglichen, die ideellen Werte unserer Bewegung in vollem Ausmasse zugunsten der Konsumenten fortlaufend zu erschliessen.

Wenn ich auf die letzten Jahrzehnte zurückblicke, und auf die Schwierigkeiten verschiedenster Art, die wir zu überwinden hatten, darf ich feststellen, dass die Bekämpfung seitens unserer wirtschaftlichen Gegner oder staatliche Einschränkungsmassnahmen unserer Entwicklung eigentlich nicht viel anhaben konnten; im Gegenteil, der Wille der Genossenschafter zur Verteidigung ihrer Rechte und ihrer Interessen wurde geweckt und gestärkt zum Nutzen der Bewegung.

Allerdings haben wir auch Schwierigkeiten interner Natur zu überwinden, die in manchen Fällen auf ein gewisses menschliches Versagen zurückzuführen sind. Dies feststellen und erkennen, ist zugleich Verpflichtung alles zu tun, um da wo nötig Abhilfe zu schaffen. Ich möchte in diesem Zusammenhang einige wichtige Punkte anführen, deren Beachtung für eine gedeihliche Entwicklung der einzelnen Vereine absolut notwendig ist.

Ich nenne in erster Linie eine zweckmässige

Propaganda in Wort und Schrift zur Gewinnung neuer Mitglieder und zur Verstärkung des Anteilscheinkapitals.

Eine rationelle Warenvermittlung erheischt naturgemäss

Beschränkung der Unkosten auf das Notwendigste,

damit sie einen als richtig anerkannten Prozentsatz des Umsatzes nicht übersteigen.

Ebenfalls sollen

die Warenbestände in einem richtigen Verhältnis zum Umsatz

gehalten werden, wozu eine genaue Überwachung derselben wie auch der Magazin- und der Ladenführung unumgänglich ist.

Die Berücksichtigung der Eigenproduktion und Eigenmarke Co-op

ermöglicht den Vereinen in manchen Artikeln eine namhafte Assortimentsbeschränkung, somit einen rascheren Warenumschlag, ein Umstand, dem noch vermehrte Beachtung geschenkt werden sollte.

Das Rechnungs- und das Kassawesen soll regelmässig und in kurzen Perioden kontrolliert werden, damit Fehler und Verlustquellen frühzeitig entdeckt werden können.

Ein zu hoher Rückvergütungssatz liegt nicht im Interesse der Vereine, auch nicht in demjenigen der Konsumenten,

denn mit einer aktiven Preispolitik werden ihnen bessere Dienste geleistet.

Allgemein ist ein sparsamer Finanzhaushalt zu empfehlen, ebenso grosse Vorsicht bei Bauvorhaben, wo Kreditüberschreitungen nach Möglichkeit vermieden werden sollen, da diese nur allzu sehr zu einer Unrentabilität führen können.

Durch die

Schaffung eines angemessenen Eigenkapitals in Form von Anteilscheinen und durch Ansammlung von Reserven

soll eine übermässige Beanspruchung von Bankkrediten vermieden werden. Dies verhindert ein Ansteigen der Passivzinsen und bewirkt dadurch eine Entlastung der Betriebsrechnung. Bedenken wir, dass das Eigenkapital das finanzielle Rückgrat der Vereine darstellt. Je stärker die Eigenkapitalbasis ist, um so eher ist der Verein in der Lage, den Mitgliedern Vorteile zu bieten, um so mehr aber vermag er auch Konjunkturrückschläge und Abschreibungen zu ertragen, die ja nicht immer vermieden werden können.

Ein wichtiger Punkt ist die

Beachtung des Grundsatzes der Barzahlung.

Dies liegt im finanziellen Interesse der Vereine und bedeutet eine eminent wichtige Erziehungsfrage für die Mitglieder. Es ist dies ein genossenschaftlicher Grundsatz, der von den Pionieren von Rochdale, trotz schwerer Not, mit Erfolg durchgeführt wurde, wie übrigens auch von vielen unserer Konsumgenossenschaften in der Schweiz.

Die Erfahrung hat uns gelehrt, dass es nicht immer und nicht überall leicht ist, die verschiedenen Empfehlungen, die ich soeben dargelegt habe, voll und ganz durchzuführen. Die Verhältnisse scheinen manchmal stärker als der gute Wille. Wir dürfen aber allseitig nie erlahmen darnach zu streben, Fehler und Mängel nach Möglichkeit auszumerzen und die genossenschaftliche Gütervermittlung wie auch die Produktion auf ein Niveau zu erheben, das mit den schönen Grundsätzen unserer Bewegung im Einklang steht. Unsere Funktionäre sind denn auch dazu berufen, zusammen mit den zuständigen Vereinsbehörden alle einschlägigen Faktoren zur Hebung der Leistungsfähigkeit zu prüfen und wo nötig, an einer Besserung der Verhältnisse mitzuarbeiten. Notwendig hiefür ist jedoch eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und eine Berücksichtigung der in objektiver Würdigung der Verhältnisse erteilten Ratschläge, die sich auf die Wahrnehmungen bei Vereinsrevisionen und bei den Betriebsvergleichen stützen.

Gewisse Nachteile und Mängel, die da und dort festzustellen sind, können unseres Erachtens auf die Dauer nur behoben werden, wenn

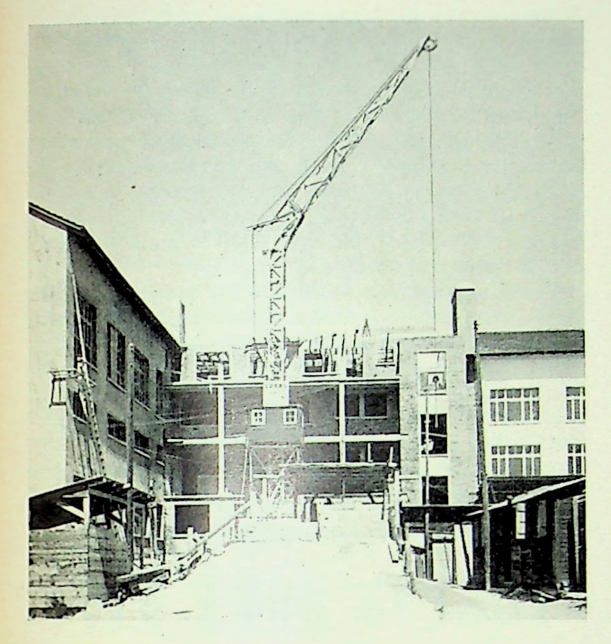
für bestimmte Konsumgenossenschaften eine verbesserte Gestaltung der regionalen Warenverteilung,

der Verkaufslokal- und Magazinverhältnisse wie auch der Personalführung durchgeführt wird. Der V.S.K. hat sich je und je auf den Standpunkt gestellt, und dies geht eigentlich aus den Statuten hervor, dass der Wareneinkauf Sache der Zentralstelle, die Warenverteilung Sache der lokalen Genossenschaften ist.

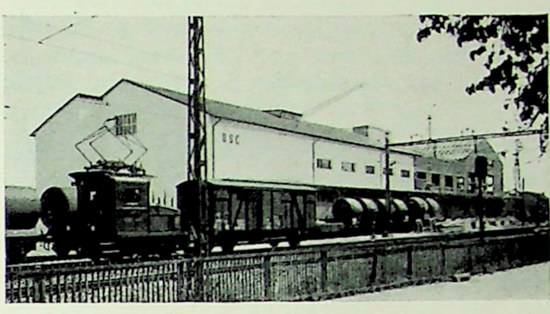
Die statutarisch festgelegte Bezugspflicht hat entschieden zu einer Stärkung von Verband und Vereinen geführt. Immerhin muss bemerkt werden, dass diese Pflicht gerade von *den* Vereinen nicht in vollem Umfange erfüllt wird, die dies in Anbetracht ihrer etwas schwierigen Verhältnisse am notwendigsten hätten. Zu so und sovielen Malen ist die Tatsache erwiesen worden, dass die Verbandsgenossenschaften, die zu den treuesten Bezügern des Verbandes gehören, in der Regel auch die bestgeleiteten und finanziell bestfundierten Organisationen darstellen.

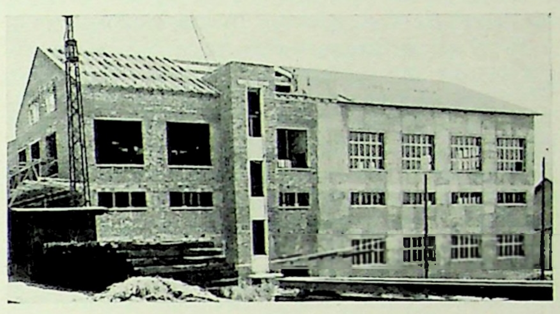
Äussere und innere Umstände bei verschiedenen Konsumvereinen werden dazu führen müssen, der Frage eines vermehrten regionalweisen Warenbezuges und entsprechender Warenverteilung in Zukunft vermehrte Aufmerksamkeit zu schenken. Wenn wir an die stets wachsende Bedeutung einer ganzen Reihe von vorzüglich geleiteten Konsumgenossenschaften denken, die entweder durch die Ausdehnung über Stadtgrenzen hinaus oder durch Eingliederung von früher selbständigen Genossenschaften ihr Wirtschaftsgebiet vergrössert haben, oder an Genossenschaften, die von ihren Gründern von Anfang an zu Regionalgenossenschaften bestimmt waren, ist es naheliegend, für kleine Vereine von finanziell schwacher Position und geringer Leistungsfähigkeit einen Weg zu suchen, um durch vermehrte Vereinigung der lokalen Kräfte die Leistungsfähigkeit zu heben. Allerdings müssen wir eine Lösung suchen ohne die genossenschaftlichen Grundsätze des demokratischen und föderalistischen Aufbaus unserer Bewegung irgendwie zu verletzen. Notwendig ist dabei eine auf der Höhe ihrer Aufgabe stehende Leitung, die es versteht, den inneren Zusammenhang in organisatorischer wie in kommerzieller Beziehung zu bewerkstelligen und durch Aufklärung und Propaganda bei den Mitgliedern das Gefühl der Zusammengehörigkeit zu vertiefen. Deshalb ist es auch unumgänglich, dass der genossenschaftlichen Erziehung und Ausbildung der Funktionäre alle Aufmerksamkeit geschenkt wird, weshalb dem Genossenschaftlichen Seminar und unsern Bildungsbestrebungen überhaupt noch eine wichtige Aufgabe zugedacht ist.

DIE LAGERHAUS-NEUBAUTEN DES V.S.K.



IN MORGES





UND IN PRATTELN

Zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 5./6. Juli 1952

II.

Wir haben vor einer Woche an dieser Stelle zusammenfassend auf den Inhalt der Rüstungsvorlage, die am 5./6. Juli dem Schweizervolk unterbreitet wird, hingewiesen und möchten heute ergänzend auf die möglichen Folgen einer Ablehnung der Vorlage hinweisen.

Es kann kein Zweifel darüber bestehen, dass schon die seinerzeitige unerfreuliche Auseinandersetzung über die Finanzierungsvorlage in den eidgenössischen Räten, die nun etwas über ein Jahr zurückliegt, da und dort hätte Zweifel aufkommen lassen können über den Willen des Schweizervolkes, sich um jeden Preis seine Unabhängigkeit und Freiheit zu erhalten. Nachdem die eidgenössischen Räte praktisch ohne jede Opposition den Riesenkredit von gegen 1,5 Milliarden Franken bewilligt hatten, hob über die Aufbringung der notwendigen Mittel ein Feilschen an, das, wie erinnerlich, mit der Zurückweisung der damaligen Vorlage an den Bundesrat endete.

Wenn wir uns nun vorstellen, welche Schlussfolgerungen man aus der Ablehnung der heutigen Vorlage ziehen könnte, so ist ganz selbstverständlich, dass dadurch ein neues Mal dem zwar offensichtlich immer wieder bestätigten Willen zur Verteidigung bis zum äussersten ein Stoss versetzt werden könnte. Schon deshalb scheint uns die Annahme der Vorlage, die gewiss nicht als Ideallösung bezeichnet werden kann, dringend notwendig.

*

Es gibt aber auch noch andere Gründe, die uns dazu veranlassen müssen, dieser gewiss unvollkommenen Vorlage zuzustimmen. Bereits heute zeigt sich in verschiedenen Kreisen, denen vor allem die Rüstungszuschläge zur Wehrsteuer nicht passen, die Tendenz, die notwendigen Mittel ganz einfach durch eine *Erhöhung der Umsatzsteuer* hereinzubringen. Gerade vom Konsumentenstandpunkt aus müssen wir uns schon heute mit aller Entschiedenheit gegen solche Absichten wehren. Die Umsatzsteuer kann heute aus dem eidgenössischen Haushalt zwar mindestens so lange nicht verschwinden, als wir derart hohe Summen für unsere militärische Bereitschaft aufzuwenden haben, und daneben noch die aus dem zweiten Weltkrieg stammende Schuld zu verzinsen und zu amortisieren bleibt. Doch stellt die Umsatzsteuer für bescheidene Haushalte heute eine erhebliche Belastung dar, und wir müssen alles vermeiden, was zu einer Erhöhung der Belastung für die breite Masse führen könnte.

Eine Ablehnung der Rüstungsfinanzierungsvorlage könnte aber an verschiedenen Orten so ausgelegt werden, als wäre nun der Weg für eine Erhöhung der Umsatzsteuer frei. Es scheint uns, dass die Vorlage, wie sie heute vorliegt, immer noch besser ist als eine nächste Vorlage, die mit zusätzlichen Konsumentenbelastungen «belastet» sein könnte. Dazu kommt, dass direkte und indirekte Steuern in der heutigen Vorlage einigermassen ausgewogen sind, während keineswegs sicher ist, dass die Rüstungszuschläge auf die Wehrsteuer auch in einer künftigen Vorlage wiederum in ähnlicher Art Aufnahme finden werden.

*

Eine andere Folge könnte sich im Zusammenhang mit einer allfälligen Ablehnung einstellen. Nachdem der erste Finanzierungsversuch in den eidgenössischen Räten scheiterte, der zweite vor dem Volk keine Gnade gefunden hätte, müsste die Lage eintreten, dass entweder mit dringlichen Massnahmen Ähnliches oder für die breite Masse unseres Volkes gar Ungünstigeres dekretiert würde oder man sich gezwungen sähe, in der schwachen Hoffnung auf günstige Rechnungsabschlüsse auf eine besondere Finanzierung der zusätzlichen Wehraufwendungen überhaupt zu verzichten. Das aber müsste auf die Dauer unsern Staatskredit untergraben und zu einer neuerlichen Erhöhung der immer noch bei rund acht Milliarden Schweizer Franken liegenden Staatsverschuldung führen. Es erübrigt sich, die Folgen eines derartigen «Sichtreibenlassens» auszumalen. Es darf dazu niemals und unter keinen Umständen kommen!

Um eine zusätzliche Verschuldung unseres Landes zu verhindern, um den Kredit unseres Staates aufrecht zu erhalten, um eine zusätzliche unsoziale Belastung der breiten Konsumentenschichten zu vermeiden, schliesslich und vor allem aber auch um den entschlossenen Willen unseres ganzen Volkes zur Wahrung von Unabhängigkeit und Freiheit zu dokumentieren, müssen wir uns entschieden für die Annahme der Finanzierungsvorlage vom 5./6. Juli einsetzen.

M.

FREUND HÖRT MIT!

Aus den Ansprachen unserer Gäste an der 63. Delegiertenversammlung des V.S.K.

II.

W. Ford, Grossbritannien

Wir sind gerne bei den schweizerischen Genossenschaftern; denn ihre Bewegung ist nicht nur hervorragend entwickelt und ihre Genossenschaften leistungsfähig, sondern unentwegt und allezeit halten sie die Ideale und Grundsätze der Genossenschaft hoch.

Besondere Achtung möchten wir zollen der Art, wie die Genossenschafter der Schweiz sich immer wieder bereit finden, die verschiedenen internationalen genossenschaftlichen Pläne zu fördern und zu unterstützen.

Ohne Zweifel möchten Sie gerne einiges hören über die Fortschritte der britischen Genossenschaftsbewegung. Vielleicht erhalten Sie ein Bild des durch die Konsumgenossenschaften in England erzielten Fortschrittes, wenn wir die Entwicklung schildern, welche während der Regierungszeit Seiner verstorbenen Majestät König Georgs VI. vor sich ging (Ende 1936 bis Anfang 1952). Die Mitgliederzahl der Konsumgenossenschaften erhöhte sich um fast 3 Millionen, der Umsatz um 427 Millionen Pfund und das Anteilscheinkapital um 89 Millionen Pfund. Die Zahl der in sämtlichen Konsumgenossenschaften beschäftigten Arbeiter stieg um 65000 und ihre Löhne um 59 Millionen Pfund.

Auch wollen wir nicht unterlassen, auf die Tatsache hinzuweisen, dass die Genossenschaftsbewegung in den britischen Kolonialterritorien, wo es bereits mehr als eine halbe Million Genossenschaftsmitglieder gibt, rasch vorwärts geht.

Barometer der Wirtschaft

Es war zu erwarten, dass die Lebenshaltungskosten auf Ende des Berichtsmonats um ein Geringes ansteigen würden. Diese konjunkturwidrige Erhöhung (wenn auch «nur» um 0,4%) erfolgte durch Einwirkung von aussen, nämlich wegen der angeordneten Verteuerung von Milch und Käse, sowie besonders durch die rechnerische Anpassung der Mietpreise. Es ist bemerkenswert, dass der Index der Detailpreise des V.S.K. (Serien 3 und 4) diese Bewegung über das abgelaufene Vierteljahr eher noch heftiger reflektiert.

Die Preisserien auf der Ebene des Grosshandels jedoch sind nach wie vor nach unten gerichtet, sollten daher früher oder später auch die Verbraucherpreise beeinflussen. Der Index der Grosshandelspreise (Serie 5), der inländische und ausländische Waren umfasst, fiel erneut um einen Punkt, bzw. um 0,4%. Die Einfuhrpreise (Serie 6) verbilligten sich gar um 6 Punkte = 2,4%. In diesem Zusammenhang fällt auf, dass der Aussenhandel wertmässig auf beiden Seiten, also bei Einfuhr (Nr. 14) wie beim Export (Nr. 15) wieder zugenommen hat. Wie bei der Sicht entfernter Sterne spiegelt jedoch die Ziffer des Berichtsmonats im Aussenhandel vielfach wirtschaftliche Entscheidungen und Transaktionen, die einige Zeit zurückliegen. Zwischen Aufgabe, Eingang, Ausführung und Ablieferung der Bestellung – bis sie sich in der Statistik der Oberzolldirektion niederschlägt – liegt mitunter ein geraumer Abstand. Die schweizerische Einfuhr dürfte, alles in allem, «jünger», der Schweizer Export in dieser Hinsicht «älter» sein.

Auf dem Arbeitsmarkt (Serien 33 und 34) ist eine weitere Verbesserung eingetreten. Die nur noch geringfügige Arbeitslosigkeit hat erneut abgenommen, und zwar um nicht weniger als ein Viertel.

Economist

Wirtschaftsstatistische Serien	Einheit oder Basis	Monatsdurchschnitt			Dez. 1951	Jan. 1952	Febr. 1952	März 1952	April 1952	Mai 1952
		1949	1950	1951						
1. Lebenskostenindex	Aug. 1939 = 100	162	159	167	171	171	171	171	170	171
2. davon Ernährung	Aug. 1939 = 100	174	175[2]	181	184	183	182	182	182	183
3. V.S.K.: Detailpreisindex total	1.9.39 = 100	176	174	181	.	.	184	.	.	187
4. dito Nahrungsmittel	1.9.39 = 100	171	170	176	.	.	178	.	.	181
5. Grosshandelsindex	Aug. 1939 = 100	206	203	227	228	227	224	222	221	220
6. Index der Einfuhr*preise*	1938 = 100	226	204	246	250	249	252	251	250	244
7. Index der Ausfuhr*preise*	1938 = 100	246	236	259	267	262	265	266	258	261
8. Fabrikateeinfuhr, Mengenindex	1938 = 100	133	168	223	199	196	196	218	209	204
9. Rohstoffeeinfuhr, Mengenindex	1938 = 100	104	135	163	151	172	154	145	136	158
10. Lebensmitteleinfuhr, Mengenindex	1938 = 100	118	136	125	131	120	111	106	115	105
11. Total Einfuhr, Mengenindex	1938 = 100	119	147	174	163	166	158	161	157	160
12. Fabrikate Ausfuhr, Mengenindex	1938 = 100	130	148	180	187	154	164	189	148	175
13. Total Ausfuhr, Mengenindex	1938 = 100	125	142	171	178	146	156	178	144	168
14. Einfuhr, total	Mill. Fr.	316	378	493	469	495	458	450	450	472
15. Ausfuhr, total	Mill. Fr.	288	326	391	428	345	383	413	353	406
16. Gesamteinnahmen Zollverwaltung	Mill. Fr.	41	49	51	45	43	42	46	57	54
17. Börsenumsätze (Zürich und Basel)	Mill. Fr.	417	534	572	614	872	730	630	816	704
18. Wertumsätze im Kleinhandel	1935 = 100	234	247	263	388	272	230	249	277	266
19. do. Nahrungs- und Genussmittel	1935 = 100	216	227	238	314	222	253	250	256	251
20. Schlachtungen in 43 Städten	1000 Tiere	50	57	57	67	62	56	62	60	57
21. do. Schlachtgewicht	Tonnen	5 150	5 804	5 922	6 036	5 930	5 108	5 615	5 777	5 545
22. Warenumsatzsteuer[1]	Mill. Fr.	109	104	107	110	.	.	122	.	.
23. Goldbestand	Mill. Fr.	6 046	6 179	6 001	6 004	5 946	5 894	5 920	5 836	5 822
24. Notenumlauf	Mill. Fr.	4 260	4 240	4 420	4 927	4 592	4 569	4 591	4 582	4 574
25. Täglich fällige Verbindlichkeiten	Mill. Fr.	1 817	2 119	1 858	1 529	1 718	1 704	1 692	1 679	1 649
26. Gesamtumsatz Postcheck	Mill. Fr.	7 952	8 279	9 244	10 511	11 148	8 912	9 072	9 221	9 631
27. davon Giroverkehr	Mill. Fr.	6 480	6 761	7 589	8 376	9 345	7 391	7 455	7 555	7 918
28. Verkehrseinnahmen der SBB	Mill. Fr.	49	49	55	55	51	49	53	54	56
29. davon Personenverkehr	Mill. Fr.	23	22	23	21	21	20	23	27	24
30. davon Güterverkehr	Mill. Fr.	25	27	32	34	30	29	30	27	32
31. Personenverkehr SBB (Beförderte)	1000 Personen	16 895	16 158	16 792	16 935	18 083	17 127	17 395	19 341	15 868
32. Güterverkehr SBB (Beförderte)	1000 Tonnen	1 337	1 503	1 797	1 737	1 605	1 439	1 577	1 575	1 718
33. Stellensuchende	Anzahl	9 172	10 709	4 500	8 221	16 662	13 439	4 588	2 884	2 266
34. Gänzlich Arbeitslose	Anzahl	8 059	9 599	3 799	7 488	15 643	12 536	3 828	2 271	1 711
35. Neuerstellte Wohnungen	Anzahl	825	1 111	1 300	1 611	1 038	649	1 641	1 654	813
36. Baubewilligte Wohnungen	Anzahl	1 281	1 493	1 327	623	1 170	1 381	1 219	1 300	1 439
37. Inlandverbrauch elektr. Strom	Mill. kWh	624	706	803	809	833	788	793	790	.
38. Konkurseröffnungen, total	Anzahl	77	77	63	49	62	55	87	43	54
39. Landw. Produkte, Preisindex	1948 = 100	97	95	96	97	97	96	96	96	97
40. Landw. Produktionsmittel, Preisindex	1948 = 100	99	96	102	105	106	106	106	105	105
41. Zigarettenproduktion	Millionen	515	564	584	505	611	516	531	612	673

[1] Quartalsdurchschnitt   [2] Schätzung

Mit Schere und Kleister

DURCH DIE GENOSSENSCHAFTSPRESSE

Der Verbraucher

Zeitschrift des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften E.V.

Genossenschaftsjugend. – In einem unter dem Titel «Jugend und Genossenschaftsidee» erschienen Artikel von Dr. E. Hasselmann finden wir die sicher nicht nur für Deutschland, sondern allgemein gültigen Bemerkungen über das Verhältnis zwischen Genossenschaftsbewegung und Jugend:

Wie oft ist früher von den Erwachsenen bei allen möglichen und unmöglichen Gelegenheiten das zweifelhafte Wort «Wer die Jugend hat, der hat die Zukunft» zitiert worden! Es lässt sich nicht leugnen, dass die Nationalsozialisten sich mit Hilfe der Jugend vor 20 Jahren einer kurzen Zukunft bemächtigt haben. Aber sie haben damit nicht nur die Jugend, sondern auch die Zukunft ruiniert.

Wir wollen uns nicht mit Hilfe der Jugend der Zukunft bemächtigen. Für uns ist die Jugend überhaupt nicht Mittel zum Zweck... Wir wissen aber, dass die Genossenschaftsidee keine Zukunft hat, wenn sich die Jugend nicht ihrer bemächtigt. Um der Idee willen und um der Jugend willen müssen wir wollen, dass beide zusammenkommen. Wir wollen der Jugend dabei helfen, ein lebendiges Verhältnis zur Genossenschaftsidee zu gewinnen. Zusammenarbeiten wollen wir mit der Jugend und nicht sie «haben». Die wesentliche Arbeit, die Aneignung der Idee, muss die Jugend selbst leisten. 20/52

Die Konsumgenossenschaft

Wochenblatt des Zentralverbandes der österreichischen Konsumgenossenschaften

Bedarfserforschung. – Dem Bericht über ein Referat des österreichischen Staatssekretärs Dr. A. Korp entnehmen wir folgende grundsätzliche Bemerkungen über die genossenschaftliche Warenpropaganda:

Während sich der private Unternehmer mit seiner Werbung im allgemeinen an anonyme Adressaten wendet, ist die Werbung der Konsumgenossenschaften zunächst an den Kreis der bereits genossenschaftlich organisierten Verbraucher gerichtet und gewinnt dadurch ihre Besonderheit...

Ist für die Konsumgenossenschaften das enge Vertrauensverhältnis zwischen Käufer und Verkäufer, zwischen Mitglied und Angestellten der Genossenschaft charakteristisch, so bedingt diese Eigentümlichkeit vorweg eine gewissenhafte Bedarfserforschung und Prüfung der Bedürfnisse, der Geschmacks- und Wertansprüche ihrer Mitglieder. 20/52

Uddelerbladet

Mitgliedsblatt des Vereins der Genossenschafts-Depothalter Dänemarks

Fortschritt. – Die Einstellung der dänischen Genossenschafts-Depothalter gegenüber neuen Ideen wird in einem Beitrag untersucht und gibt Anlass zu folgenden Zeilen:

Wenn wir von positiver Einstellung reden, so meinen wir damit nicht, dass man jedesmal, wenn man eine neue Idee zu hören bekommt, in restlose Begeisterung ausbrechen soll, sondern nur, dass man diese neue Idee wohlwollend überprüft und durchdenkt. Niemand wirkt hemmender auf jegliche Entwicklung, als derjenige, der jedesmal, wenn er etwas Neuem gegenübergestellt wird, nur dessen schwache Stellen aufspürt, dem es aber nie einfällt, zu untersuchen, ob die neue Idee nicht doch vielleicht, wenn auch in etwas veränderter Form, Möglichkeiten zu neuen Entwicklungen in sich birgt.

Glücklicherweise hat sich gezeigt, dass die Zahl der Depothalter, die den zuletzt erwähnten Typ repräsentieren, immer kleiner wird, ja man darf wohl behaupten, dass dieser Typ auf dem besten Wege ist, auszusterben, und man hat bestimmt keinen Grund, darüber Tränen zu vergiessen. 17/52

Ensemble

Zeitschrift der kanadischen Genossenschaftsverbände von Quebec und der französisch sprechenden Landesgebiete

Propaganda und Erziehung. – Unter dem Titel «Warum ist genossenschaftliche Erziehung notwendig?», schreibt L.-J. Marcotte nach einer Aufzählung der verschiedenen Arten von Genossenschaften und der ihnen gemeinsamen Sorge um das Gemeinwohl:

Auf dem Papier ist der ganze Vorgang der gemeinsamen Verwirklichung eines gemeinsamen Zieles recht einfach. In der Praxis aber sind die Dinge doch ein wenig komplizierter. Die Genossenschaften sind nämlich Einrichtungen einer Gruppe von Menschen. Und Menschen sind nun einmal Wesen, von denen jedes für sich seine Ideen, seine Interessen, seine Art die Dinge zu sehen und zu beurteilen, seine Gesinnung und seinen besonderen Charakter hat. Für uns handelt es sich darum, diese in so vielen Dingen verschiedenen Personen zur Einsicht in ein ihnen allen gemeinsames Wohl zu bringen, in dessen Verwirklichung jeder wieder sein eigenes Wohl findet.

Dazu kann man aber nur auf dem Wege der Überzeugung und Erziehung gelangen.

Es ist nämlich notwendig, dass die Mitglieder in gewissem Sinne neue Menschen werden, dass sie sich ihrer Einzelgängerei, ihres persönlichen Stolzes und ihrer Unverträglichkeit begeben. 3/52

Samarbete

Mitgliedsblatt des finnischen Konsumvereinsverbandes

Unsere Feinde. – Am Kongress des älteren der beiden finnischen Konsumvereinsverbände, der am 25. April in Helsingfors durchgeführt wurde, äusserte Schulrat Mitts unter anderem:

Unsere ärgsten Feinde sind Unwissenheit, Dummheit, Misstrauen und Streben nach persönlichem Vorteil. Gegen diese müssen wir uns unter Aufbietung unserer gemeinsamen Kräfte rüsten. 18/52

The Cooperative Builder

Mitgliederblatt der Konsumgenossenschaften in den mittleren Staaten der USA

Grundsätze und Methoden. — In einem Artikel, der schon im Titel die Grundsätze der Pioniere bejaht, aber ihre praktische Anwendung nach der Art der Pioniere als überlebt verneint, schreibt Erick Kendall:

All unser Handeln scheint traditionsgebunden zu sein. Wenn wir zum Beispiel von einer regionalen Zusammenlegung der lokalen Genossenschaften sprechen, so wird uns sicherlich die «gute alte Zeit» entgegengehalten. Es heisst dann etwa: «Unsere Genossenschaft wurde von den hier ansässigen Bewohnern zur Deckung ihres eigenen Bedarfes gegründet und sie war in ihren Anfängen sehr erfolgreich. Unsere Pioniere wussten was sie taten... usw.» Leute, die so argumentieren, schliessen ihre Augen vor den inzwischen völlig veränderten Verhältnissen. Sie wollen nicht erkennen, wie die grossen «Kettenläden» den kleinen Genossenschaften die Existenz erschweren, und zwar auf Grund der einfachen Tatsache, dass ausser dem Grosseinkauf und der gemeinsamen Propaganda auch die einheitliche gemeinsame Geschäftsleitung bei geringeren Kosten rationelleres Arbeiten ermöglicht.

Versammlung der Ladenkontrolleure des V.S.K.

vom 29. Mai 1952 im St. Annahof in Zürich

Recht zahlreich haben die Kollegen deutscher und welscher Zunge der Einladung Folge geleistet. Die Gestaltung des Programmes (Traktandenliste vide «Schweiz. Konsum-Verein» Nr. 20 vom 17. Mai) wurde durch Mitglieder des Ausschusses bestritten.

Eifrige Diskussionen belohnten die lebhafte Art, wie die drei Referenten ihre Themen vorzulegen wussten. Die verschiedensten Gebiete, mit dem Schwergewicht auf der Organisation der Ladenkontrolle und der Ausbildung des Lehrpersonals, wurden behandelt.

Über den Erfolg dieser Tagung darf die Arbeitsgemeinschaft der Ladenkontrolleure sicher zufrieden sein, konnten doch wiederum neue und schöpferische Ideen mitgenommen werden, die nach Erfüllung drängen.

Der Propagandafilm für Schweizer Wein und Traubensaft wurde mit Interesse verfolgt.

Nach dem Mittagessen hat uns die Schokoladefabrik Lindt & Sprüngli AG in Kilchberg zur Besichtigung ihrer Produktionsbetriebe eingeladen; ein Abschnitt «Warenkunde» wie er besser und instruktiver nicht hätte sein können.

Dieser jungen und aktiven Arbeitsgemeinschaft wünschen wir weiterhin den besten Erfolg. z

VON DINGEN UND LEUTEN

Was die Menschen verwirrt, sind nicht die Dinge, sondern die Meinungen, die sie von den Dingen haben. Epiktet

•

Man sollte sich niemals über Dinge ärgern, denn es macht ihnen nichts aus. Talleyrand

•

Der «gute Ton» besteht zum grossen Teil darin, bedeutungslose Dinge ernstzunehmen und über ernsthafte Dinge leicht hinwegzugehen. Montesquieu

---

Genossenschaft

ALLWAR

Direktor Steinmann kennt die verschiedenen Stimmungen, mit denen die Arbeitskräfte der Handelsgenossenschaft «Allwar» an diesem ersten Morgen angetreten sind, auch wenn er nicht mit jedem einzelnen gesprochen hat. Er weiss auch, dass viele dieser Ansichten gar nicht diejenigen dessen sind, der sie ausspricht. Viel wird einfach nachgeredet, ohne weitere Überlegung dahergeschwatzt. Und gerade dagegen will sich Direktor Steinmann wenden, wie er nun vor die versammelte Belegschaft hintritt und etwa folgende Worte an sie richtet:

«Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Büro und Betrieb! Der erste Arbeitstag unserer Handelsgenossenschaft hat angefangen. Ich weiss, dass Ihr nicht zum reinen Vergnügen hierher gekommen seid. Da wir aber alle arbeiten müssen, wollen wir unserer Arbeit die beste Seite abgewinnen. Die beste Seite unserer Arbeit ist aber die Freude, die wir daran haben, und Freude an seiner Arbeit hat jeder, dessen Leistung dem eigenen selbstkritischen Urteil standhält. Von unserer Arbeitsfreude hängt also ab, ob unsere Firma vorwärts kommt, ob sie Erfolg hat oder nicht.

Die Gründer unseres Unternehmens haben mich zum Direktor ernannt; ich bin also für das Ganze verantwortlich. Doch was heisst das? Was könnte ich allein tun ohne oder gar gegen Euch? Mehr als jeder andere bin ich als verantwortlicher Leiter des Betriebes für meine Aufgabe auf gute Zusammenarbeit angewiesen.

Eine besondere Eigenart unseres Betriebes kommt mir allerdings dabei zuhilfe: Das Unternehmen ist ein genossenschaftlicher Betrieb, das heisst, unser Arbeitgeber ist eine Genossenschaft, deren Mitglieder die «Allwar» eigens dazu gegründet haben, um durch sie ihren gemeinsamen Bedarf zu decken. Ich brauche also nicht im üblichen Sinn auf Kundenfang für einen neuen Betrieb zu gehen und kann mich darum um so mehr darum bemühen, unsere Arbeit für den einzelnen so erfreulich wie möglich und fürs Ganze so zweckmässig wie möglich einzurichten.



Damit will ich aber nicht gesagt haben, dass jeder nach Lust und Laune tun und lassen könnte, was ihm gerade passt, oder dass jeder von sich aus Anordnungen über die Führung des Geschäftes zu treffen hätte. Genau so wie jeder von Euch entlassen werden kann, wenn er seine Arbeit schlecht macht, kann ich entlassen werden, wenn das ganze Unternehmen nicht vorwärts geht. Darum muss ich von Euch in einem gewissen Rahmen Einordnung und sogar Unterordnung verlangen. Dabei nehme ich mir heute vor, Eure Vorschläge und berechtigten Forderungen gewissenhaft und ohne Voreingenommenheit zu prüfen und sie als Beweise dafür zu betrachten, dass Ihr Interesse an unserem Geschäft und an Eurer Arbeit habt...»

Direktor Steinmann ist nicht vollständig überzeugt, dass seine Ansprache «eingeschlagen» hat. Er weiss, dass der gute Geist in einer Firma nicht mit schönen Reden geschaffen werden kann, sondern nur durch die Praxis sich verwirklichen lässt. Aber von da und dort vernimmt er doch zustimmende Äusserungen. Einzig Ulrich Kern, der «Mann für alles» winkt ganz offensichtlich mit der Hand ab: «Faule Sprüche, das ist alles», kommentiert er und läuft davon...

Die Bewegung im Ausland

Grossbritannien. Seit 1946 hat die von der Grosseinkaufsgesellschaft englischer Konsumvereine errichtete *genossenschaftliche Reiseagentur* rasche Fortschritte gemacht. In den vergangenen fünf Jahren ist der «Co-operative Travel Service» eine der bedeutendsten Reiseagenturen Grossbritanniens geworden. Die Tätigkeit der Reiseagentur beschränkt sich nicht auf die Vermittlung von Fahrkarten und den Einzug der kollektiven Reisekosten, sondern sie unterhält einen Stab von uniformierten Agenten, die an den wichtigsten Verkehrsplätzen – vor allem auf dem Kontinent – stationiert sind. Die genossenschaftliche Reiseagentur hat durch ihre erfolgreiche Arbeit die bei den Engländern immer beliebter werdenden Auslandreisen finanziell auch für eine breite Schicht von Konsumenten mit bescheidenen Einkommen möglich gemacht.

Seit 1946 ist der Jahresumsatz der genossenschaftlichen Reiseagentur von 385 000 Pfund auf 1,25 Millionen Pfund im Jahre 1950 gestiegen. Aus den sechs ursprünglichen Reisebüros im Jahre 1946 sind bis 1951 deren 36 geworden und die Eröffnung weiterer Agenturen ist in nächster Zeit beabsichtigt.

Ausserdem ist in Highcliffe-on-Sea ein Ferienhaus mit ganz besonders mässigen Pensionspreisen eröffnet worden. Je nach Zuspruch und Bedarf ist die Eröffnung weiterer ähnlicher Ferienhäuser vorgesehen.

Genossenschaftliches Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar wurde überwiesen:

Fr. 100.— von den Teilnehmerinnen am Kurs für Hausfrauen vom 23.—25. Juni 1952.

Diese Vergabung wird hiermit bestens verdankt.

GENOSSENSCHAFTLICHES SEMINAR
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Kurs über das Genossenschaftswesen für Studenten

vom 13. bis 18. Oktober 1952
im Centre Coopératif Romand (Hôtel Victoria) Chexbres

Programm: Referate und Diskussionen über «*Aufbau und Bedeutung des schweizerischen Genossenschaftswesens*».
Ein detailliertes Programm wird zuhanden der Teilnehmer noch ausgearbeitet.

Kurssprachen: Deutsch und Französisch. Die Referate und Diskussionsvoten werden nicht übersetzt.

Kursleitung: Dr. phil. *H. Dietiker*, Lehrer am Genossenschaftlichen Seminar Freidorf bei Basel.

Teilnahme: Die Teilnehmerzahl ist auf 25–30 beschränkt. Teilnahmebedingung: Studentin oder Student einer schweizerischen Hochschule.

Kosten: Die Teilnehmer zahlen ihre Reisespesen sowie als Beitrag an Unterkunft und Verpflegung im Hôtel Victoria Fr. 20.– für den ganzen Kurs; die übrigen Kosten übernimmt das Genossenschaftliche Seminar.

Anmeldungen: werden aus dem Kreis der Studentenschaft jeder Hochschule in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt.
Diese sind zu richten an das Genossenschaftliche Seminar Freidorf, Postfach Basel 2.

Zentralverwaltung

Am 30. Juni 1952 feierte Herr *Walter Schümperli*, Chauffeur im Lagerhaus Pratteln, sein 25jähriges Dienstjubiläum.

Wir gratulieren dem Jubilar herzlich und danken ihm für seine langjährige Mitarbeit bestens.

*

Am 30. Juni 1952 ist Herr *Ernst Murbach*, Vertreter der Abteilung Textilwaren, nach 39jähriger Tätigkeit im V. S. K. in den wohlverdienten Ruhestand getreten. Auch an dieser Stelle sprechen wir Herrn Murbach den herzlichsten Dank für seine langjährigen, treuen Dienste aus.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Laden-Inspektor. Die Société coopérative de consommation de Lausanne et environs sucht für sofortigen Eintritt seriösen, aktiven und erfahrenen Laden-Inspektor. Vollständige Beherrschung der französischen Sprache unerlässlich. Interessante Bedingungen für fähigen, mit der Genossenschaftsbewegung vertrauten Kandidaten. Alter max. 35 Jahre. Offerten mit curriculum vitae und Angabe von Referenzen sind an den Hauptsitz in Lausanne zu richten. 26/27

Wir suchen auf 1. Oktober 1952 tüchtige **Verkäuferin** mit guten Kenntnissen, auch in Schuh- und Manufakturwaren, für unsern Hauptladen. Umsatz ca. 340 000 Franken. Freier Halbtag, VHTL-Vertrag. Offerten mit Photo, Referenzen und Gehaltsansprüchen an die Konsumgenossenschaft Zollikofen und Umgebung.

Konsumverein im Kanton Bern sucht auf den 1. September 1952 oder nach Übereinkunft **1. Verkäuferin** sowie eine **2. Verkäuferin.** Umsatz 400 000 Franken. Alter der 1. Verkäuferin nicht unter 25 Jahren. Bewerberinnen, die über genügende Kenntnisse der Lebensmittel-, Textil-, Schuhwaren- und Haushaltartikelbranche verfügen, richten ihre Offerten unter Beilage von Zeugniskopien, Referenzen, Photo und Gehaltsansprüchen unter Chiffre 1. 10/60 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

INHALT: Seite

Druckerei und Administration: Basel, St.-Jakobs-Strasse 175, Postfach Basel 2

Inseratenannahme:
Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18
Telephon (022) 5 10 54
Reklamen Fr. 1.50 per Millimeter bei 83 mm Breite
Kleine Anzeigen 15 Rp. per Wort, Inserate unter Chiffre Fr. 1.— Zuschlag

Insertionstarif:
Annoncen 60 Rp. per Millimeter bei 40 mm Breite